

# 04 ■ Elementos de comunicación

## Contenidos

<b>04. 1</b>	Aplicacións de marca	
<b>04. 1. 1</b>	Formato vertical	003
<b>04. 1. 2</b>	Formato horizontal	004
<b>04. 2</b>	Convivencia con outros logos municipais	
<b>04. 2. 1</b>	Formato vertical	005
<b>04. 2. 2</b>	Trípticos	006
<b>04. 3</b>	Convivencia con outras marcas	
<b>04. 3. 1</b>	Formato vertical	007
<b>04. 4</b>	Aplicación de titulares	
<b>04. 4. 1</b>	Tipografía	008
<b>04. 4. 2</b>	Composición vertical	009
<b>04. 4. 3</b>	Composición horizontal	010
<b>04. 4. 4</b>	Composición outros formatos	011
<b>04. 5</b>	Publicacións	
<b>04. 5. 1</b>	Portada, contraportada e lombo	012
<b>04. 5. 2</b>	Convivencia con coeditores	013
<b>04. 5. 3</b>	Convivencia con marcas de primeiro e segundo nivel	014
<b>04. 5. 4</b>	Portadiña	015
<b>04. 6</b>	Prensa	
<b>04. 6. 1</b>	Anuncios formato vertical	016
<b>04. 6. 2</b>	Anuncios formato horizontal	017

# 04.1

## Aplicacións marca

### 04.1.1 Formato vertical

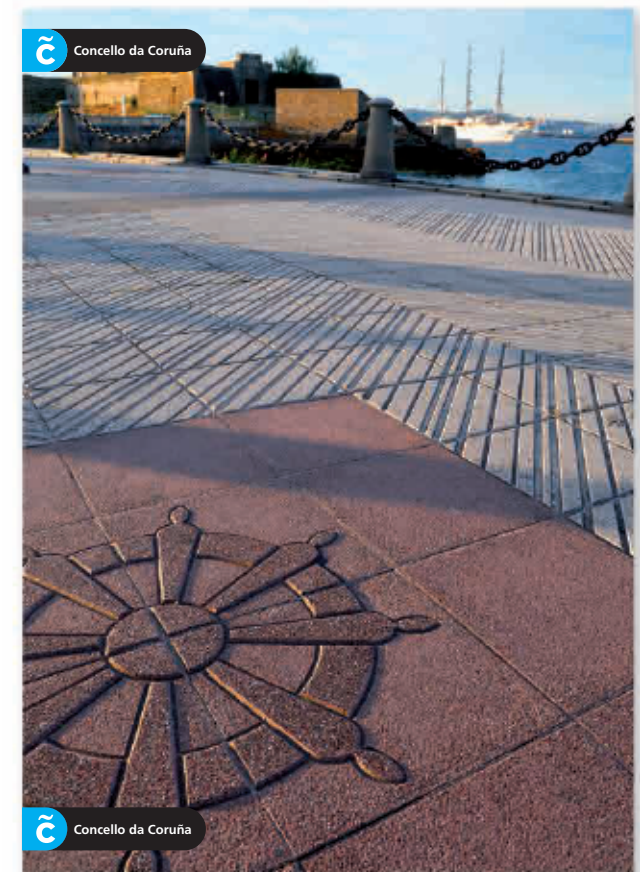
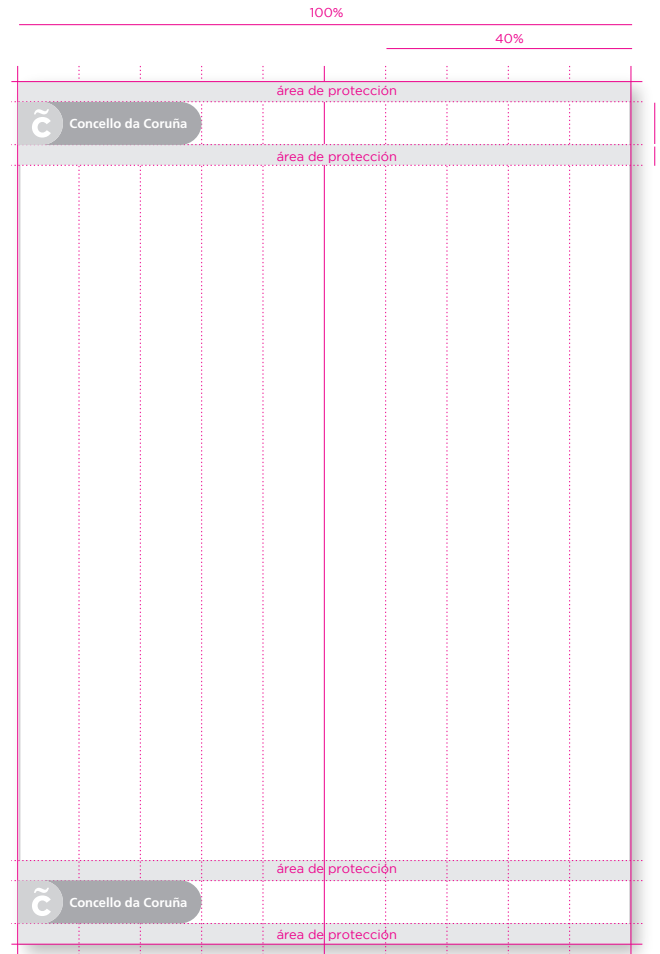
Neste apartado amosamos como aplicar correctamente a marca corporativa en diferentes formatos.

Como norma xeral, a marca colócase nun lateral sangrado, respectando por enriba e por abaixo a área de protección, onde non poderá aparecer ningún outro elemento (textos, logos, etc.)

Preséntanse varias opcións de colocación, tanto á dereita como á esquerda, deixando ao deseñador encargado do proxecto a decisión final para a óptima visualización da marca.

O seu tamaño debe de estar comprendido entre un 20 e un 40% da superficie total.

A área de protección (b) vén delimitada pola metade da altura (a) aplicada á marca.



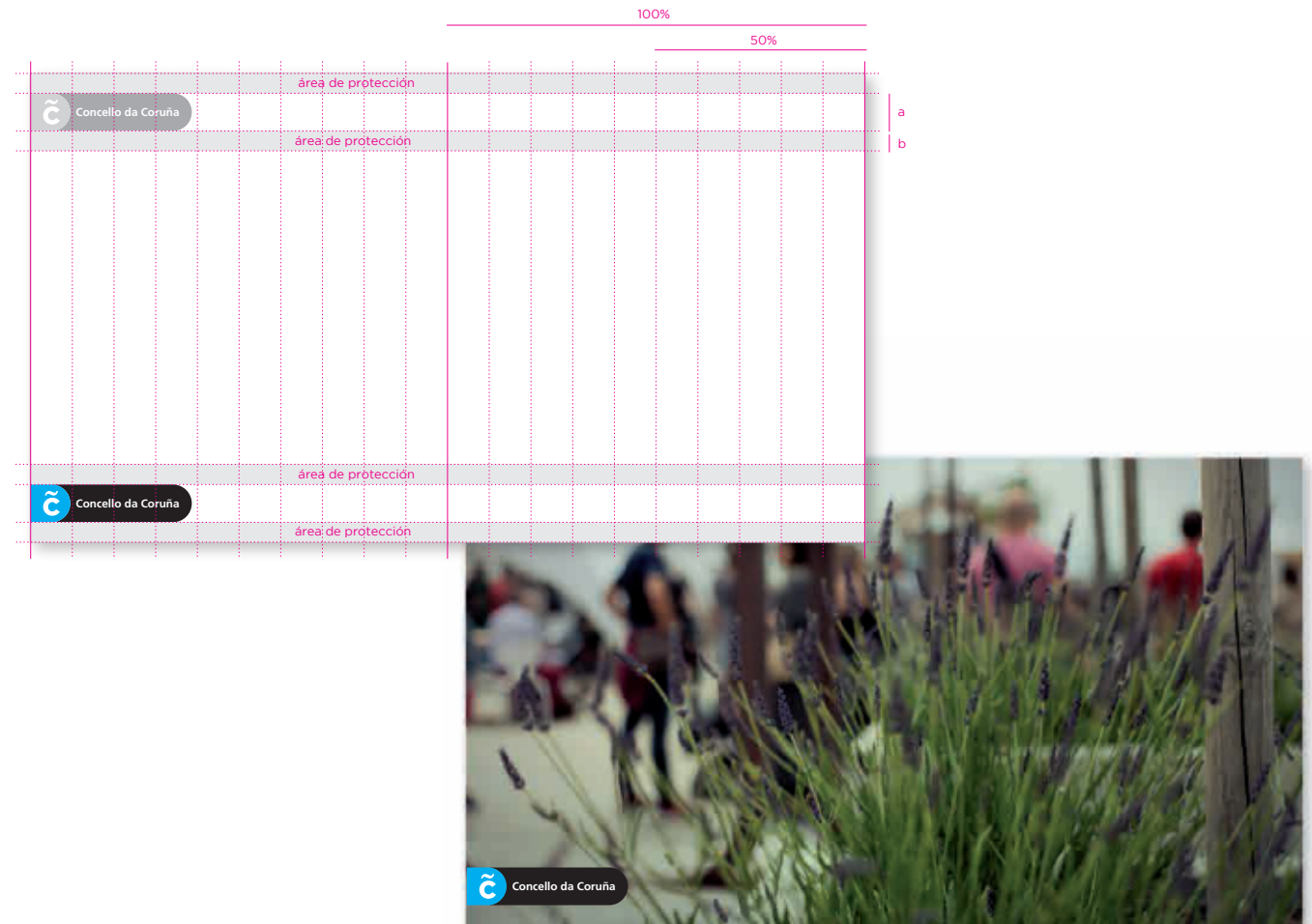
# 04.1

## Aplicacións marca

### 04.1.2 Formato horizontal

Seguiremos a mesma norma para a aplicación de marca en formatos horizontais nos que utilizaremos a parte máis larga como referencia.

A marca corporativa debe ocupar entre un 30 mínimo e un 50% máximo do total da metade do formato e manteremos unha área de protección (b) igual á metade da altura da marca (a).



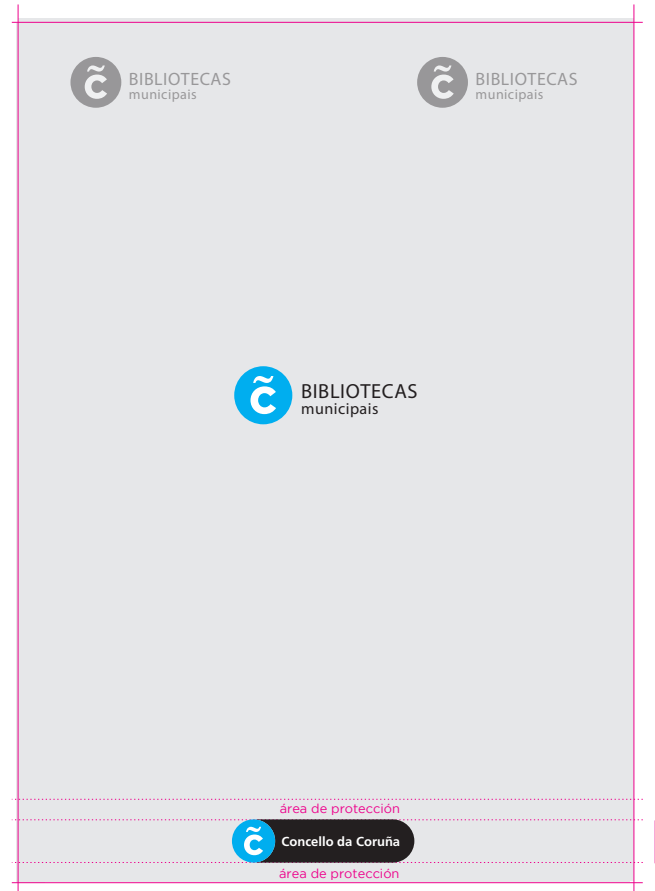
## 04. 2

### Convivencia con outros logotipos municipais

#### 04. 2. 1 Formato vertical

Este capítulo do manual regula a convivencia da marca municipal cos logotipos dos distintos servizos e organismos municipais.

A norma fundamental nesta convivencia é que nunca deben aparecer a marca municipal e os logotipos dos servizos na mesma liña evitando a equiparación dunha parte da organización coa institución.



## 04. 2

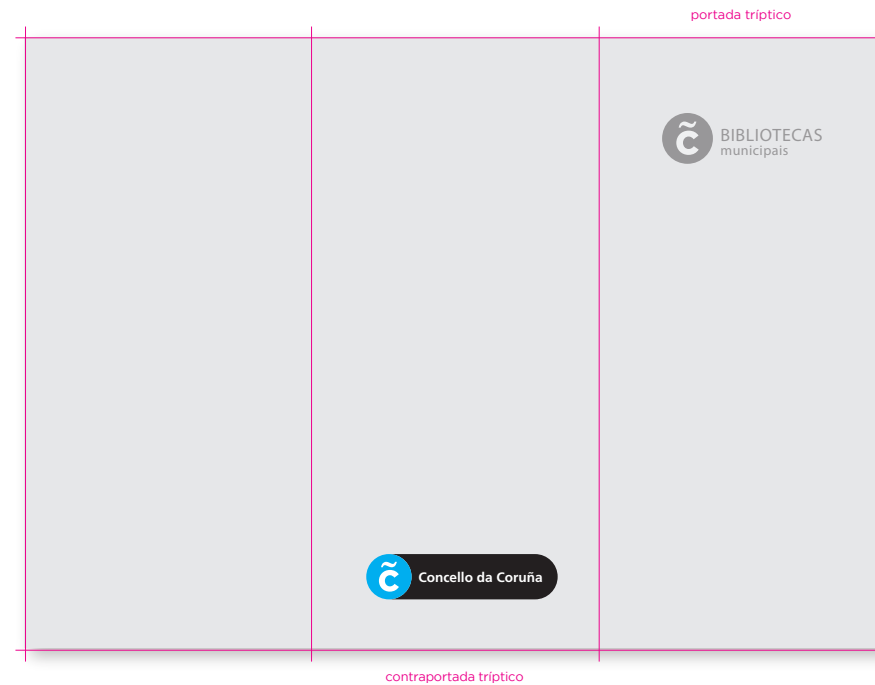
### Convivencia con outros logotipos municipais

#### 04. 1. 2

#### Trípticos

Este capítulo do manual regula a convivencia da marca municipal cos logotipos dos distintos servizos e organismos municipais.

A norma fundamental nesta convivencia é que nunca deben aparecer a marca municipal e os logotipos dos servizos na mesma liña evitando a equiparación dunha parte da organización coa institución.



# 04. 3

## Convivencia con outras marcas

### 04. 3. 1 Formato vertical

#### Co-organizadores

En caso de ter que incluír marcas de co-organizadores ou colaboradores, estes poderán engadirse á mesma altura que a marca e no lado contrario, como se amosa no exemplo. A marca do concello sempre debe ir colocada á esquerda da gráfica.

#### Patrocinadores

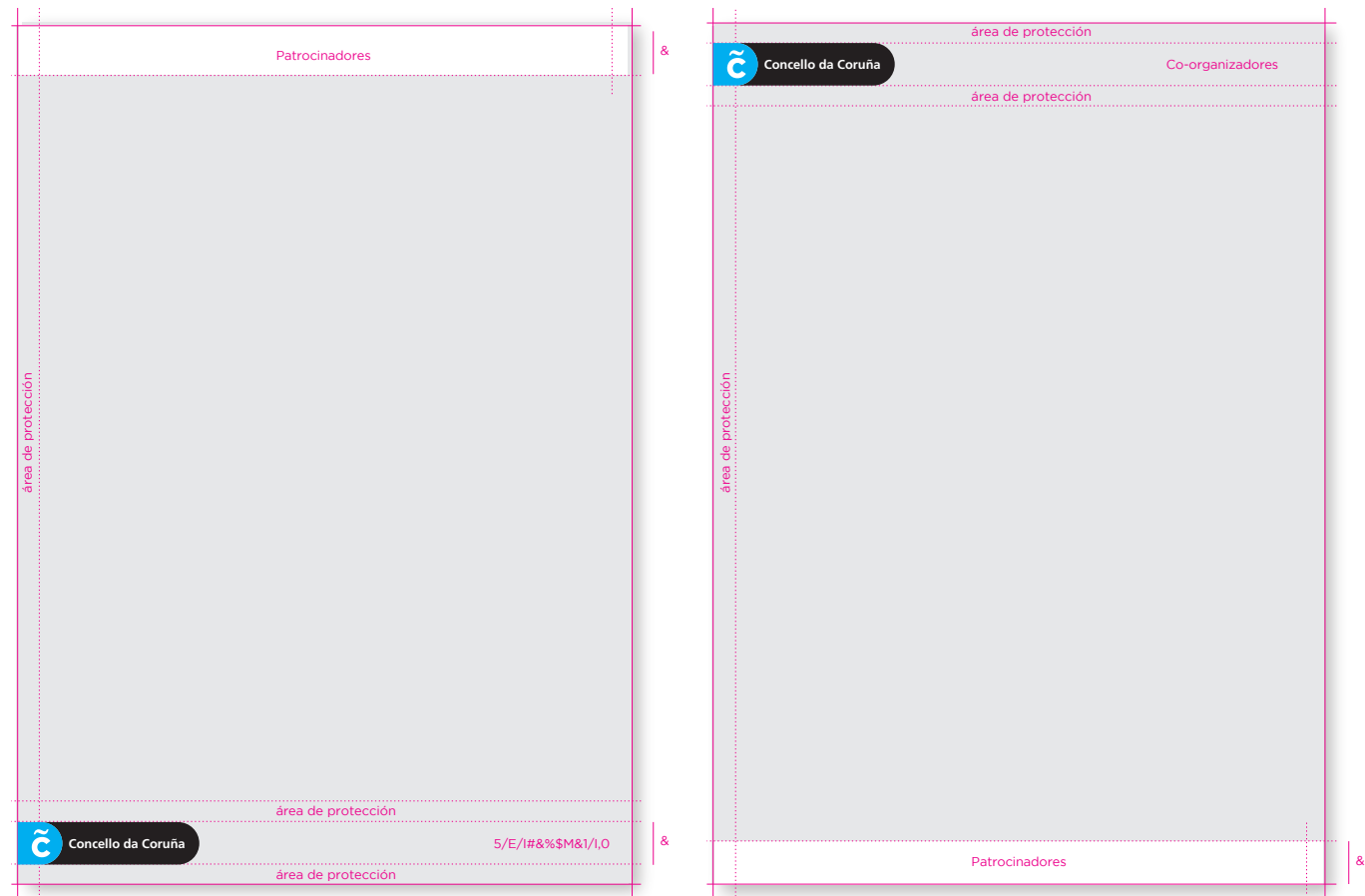
Os patrocinadores colocaranse nunha "pastilla" branca do mesmo tamaño a, e no lateral oposto ao da marca, como mostra o exemplo.

Sempre que sexa posible, os logotipos dos patrocinadores xustificaranse axustándose ao largo marcado pola área de seguridade.

En caso de que a cantidade de logotipos non sexa suficiente para ocupar todo o ancho, deberanse colocar centrados.

Se a cantidade de logotipos impide que se coloquen nunha soa liña é posible engadir unha segunda liña, ampliando a altura da franxa 2/3 de a.

En caso de formatos horizontais, os patrocinadores colocaranse nos laterais opostos á sinatura do concello.



# 04.1

## Aplicación de titulares

### 04.4.1 Tipografía

A Gotham Bold, la Vag Rounded Black e a Bebas Neue Regular son as tipografías que podemos utilizar para os titulares e mensaxes.

#### Gotham Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890'i@#%&/()?!;

---

#### Vag Rounded Black

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890'i@#%&/()?!;

---

#### BEBAS NEUE REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
1234567890'i@#%&/()?!;



## 04. 4

### Aplicación de titulares

#### 04. 4. 2

#### Composición vertical

Como norma xeral, para definir o tamaño dos titulares dividimos o lateral máis pequeno (a) en 10 partes iguais e o texto debe ocupar un mínimo de 6 e un máximo de 8.



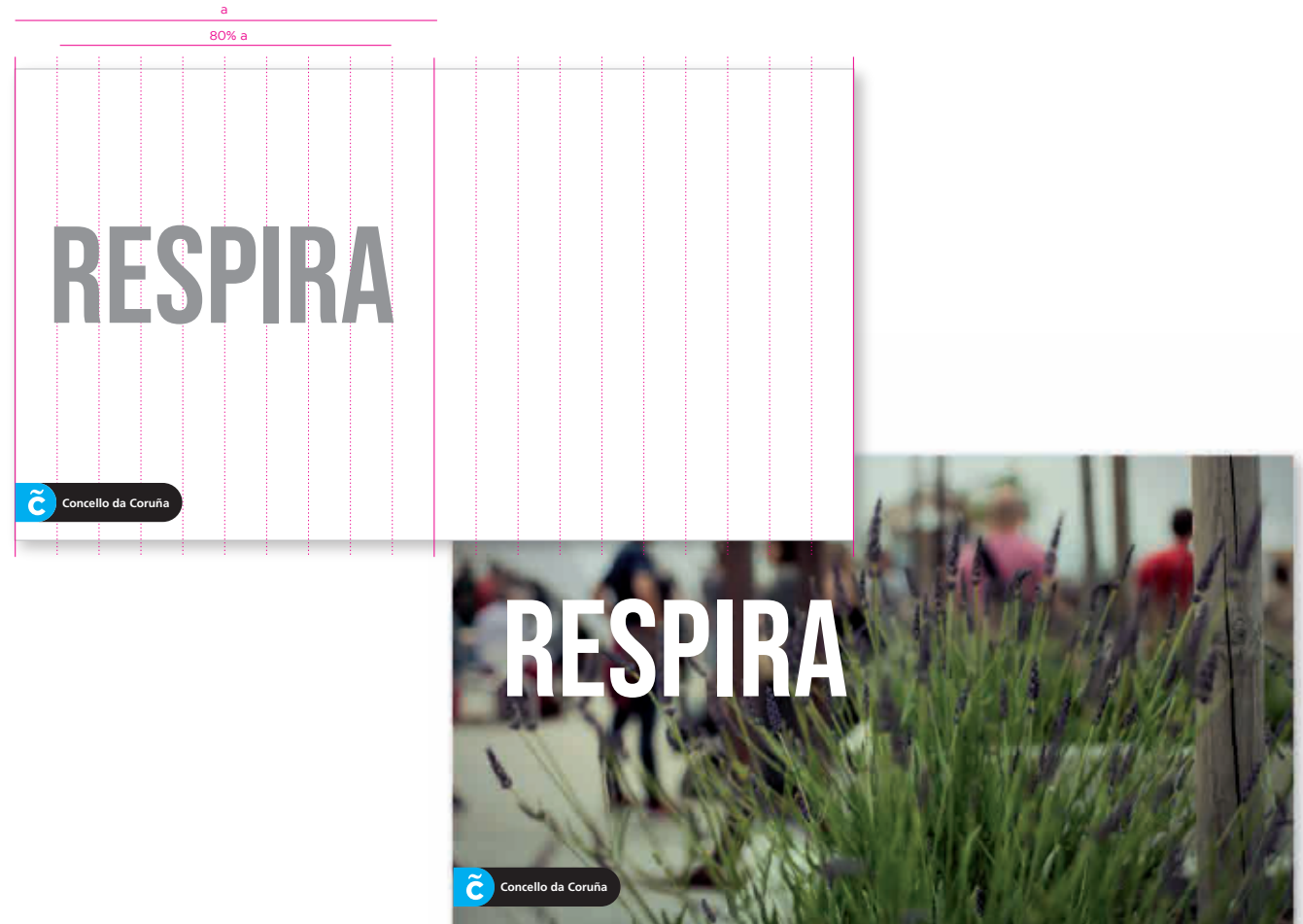
## 04. 4

### Aplicación de titulares

#### 04. 4. 3

#### Composición horizontal

Nesta ocasión, definimos o tamaño dos titulares dividindo en dúas partes iguais (a) o soporte e cada unha á súa vez en 10 seccións. Así definimos que o texto debe ocupar un mínimo do 60 e un máximo do 80% de a.



## 04. 4

### Aplicación de titulares

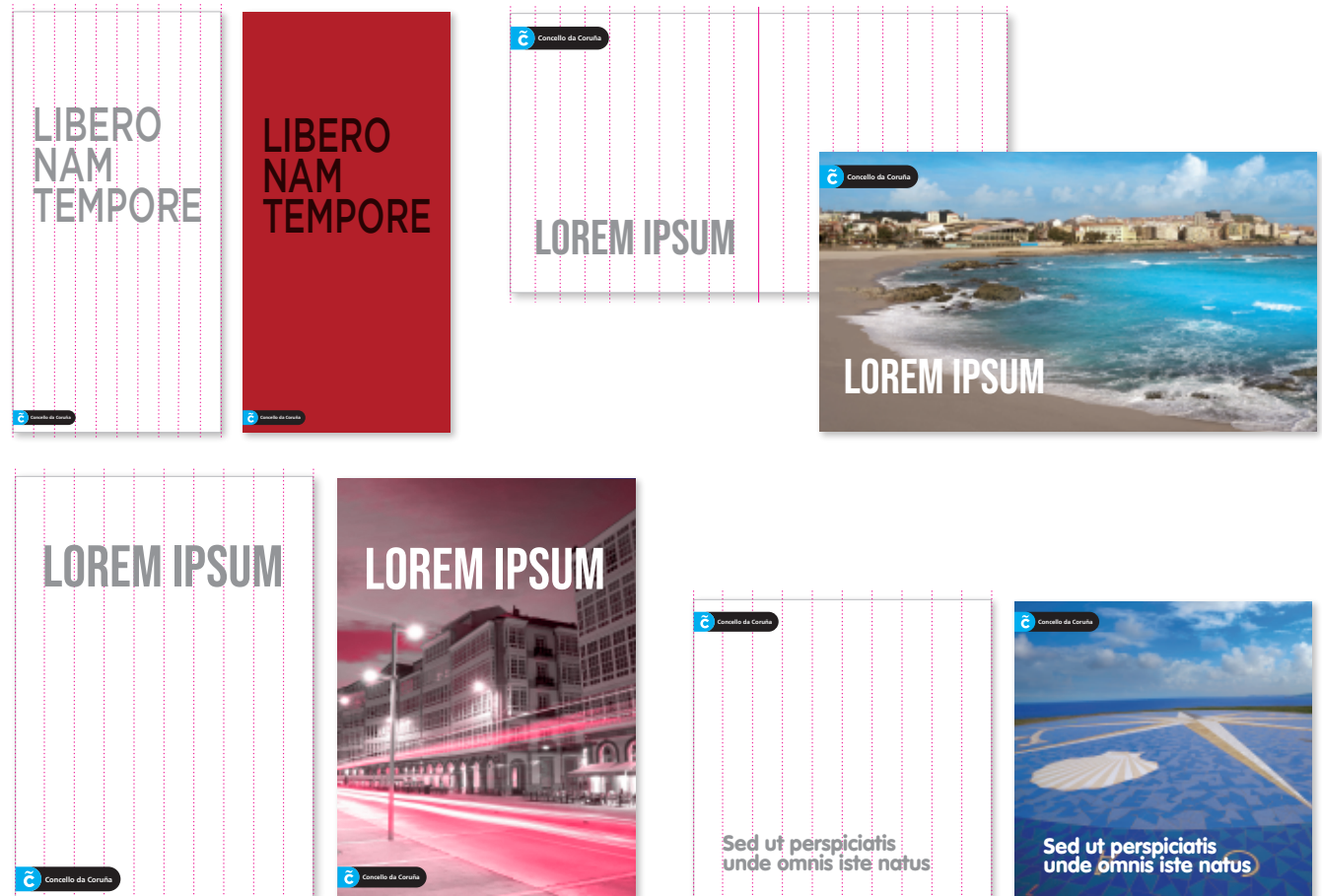
#### 04. 4. 4

#### Composición outros formatos

A aliñación dos textos e a súa colocación en cada aplicación queda en mans do bo criterio de quen diseña e adaptarse ás necesidades do fondo e primando sobre todas as cousas a óptima lexibilidade da mensaxe, sempre e cando non interfira nas zonas de seguridade da marca.

Así amosamos neste apartado varios exemplos adaptados a diferentes formatos.

Para a correcta adaptación dos gráficos a formatos tipo bandeirolas, lonas ou "rollups", debe terse en conta o espazo de área de deseño recomendado, para que ningún dos elementos gráficos quede cortado entre costuras ou outro tipo de recortes, accesorios ou seccións. Prestarase especial atención á correcta posición da marca.



# 04. 5

## Publicacións

### 04. 5. 1

#### Portada, contraportada e lombo

Para a distribución de contidos nunha publicación, estableceuse un criterio de medidas estándar, mediante as cales dividimos a portada e a contra en 10 espazos iguais. Obteranse a partir de aí as marxes de contidos e os tamaños aos que se deben representar os diferentes elementos.

A altura que se sinala para o símbolo na portada debe ser igual ao 10% (a), mentres que a área de seguridade (b) está delimitada pola 1/2 de a. A marca na contraportada debe ter unha altura máxima a, colocada na marxe exterior e dentro do espazo delimitado.

Os titulares nunca deben superar o 80% do total. Queda a criterio de quen diseña a composición deles na publicación.



# 04. 5

## Publicacións

### 04. 5. 2 Convivencia con coeditores

A marca coeditora terá as mesmas dimensións que a marca editora. A súa posición debe ser igualmente relevante e colocarse tanto no lombo como nun lugar visible da portada, tal como se mostra no exemplo.

A altura que se sinala para a marca e o símbolo debe ser igual ao 10% do ancho da portada da publicación (a), mentres que a área de seguridade (b) está delimitada pola 1/2 de a e c é igual á metade de b.



# 04. 5

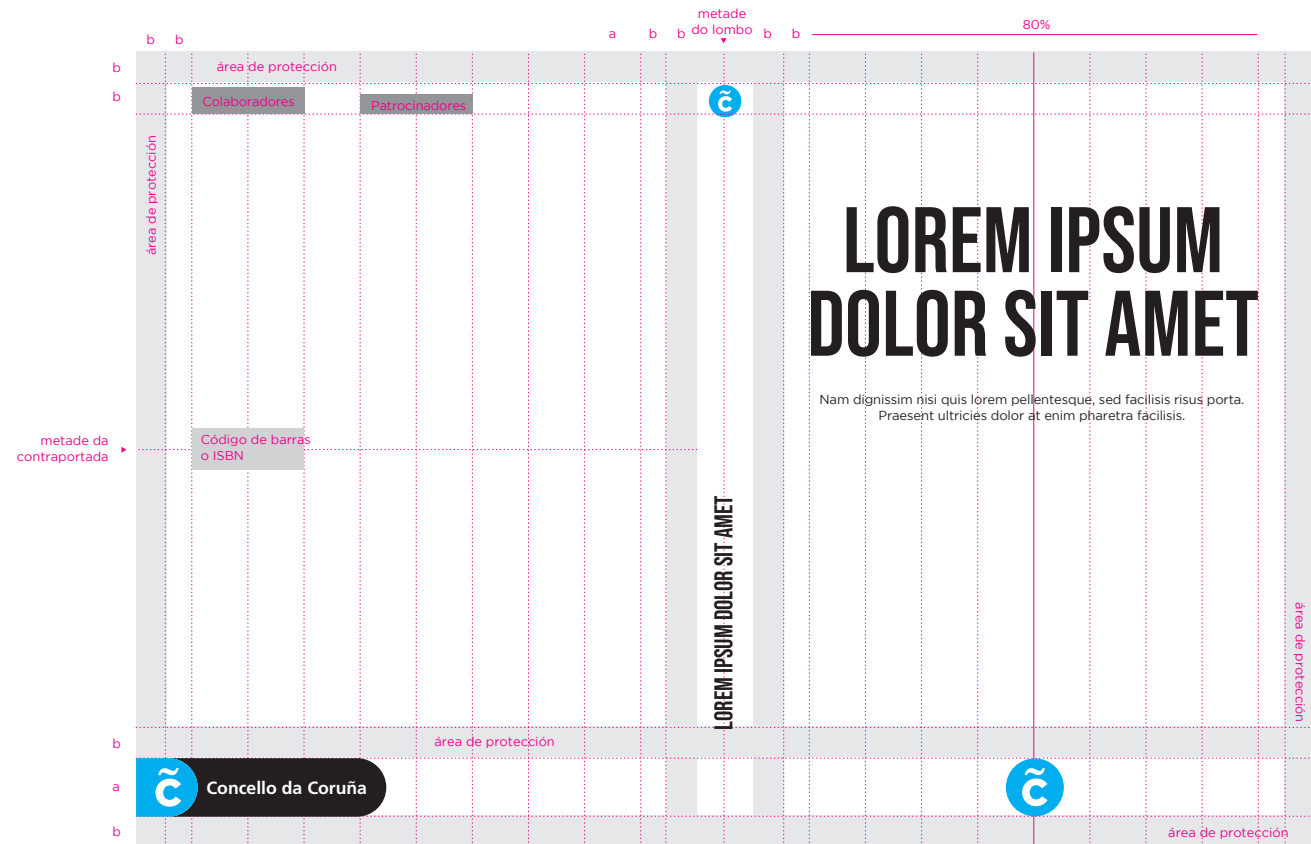
## Publicacións

### 04. 5. 3

#### Convivencia con marcas de primeiro e segundo nivel

As marcas de convivencia de primeiro nivel (exemplo: marcas colaboradoras) reproduciranse ao 80% da medida **b**.

As marcas de convivencia de segundo nivel (exemplo: marcas patrocinadoras) terán un tamaño do 60% de **b**.

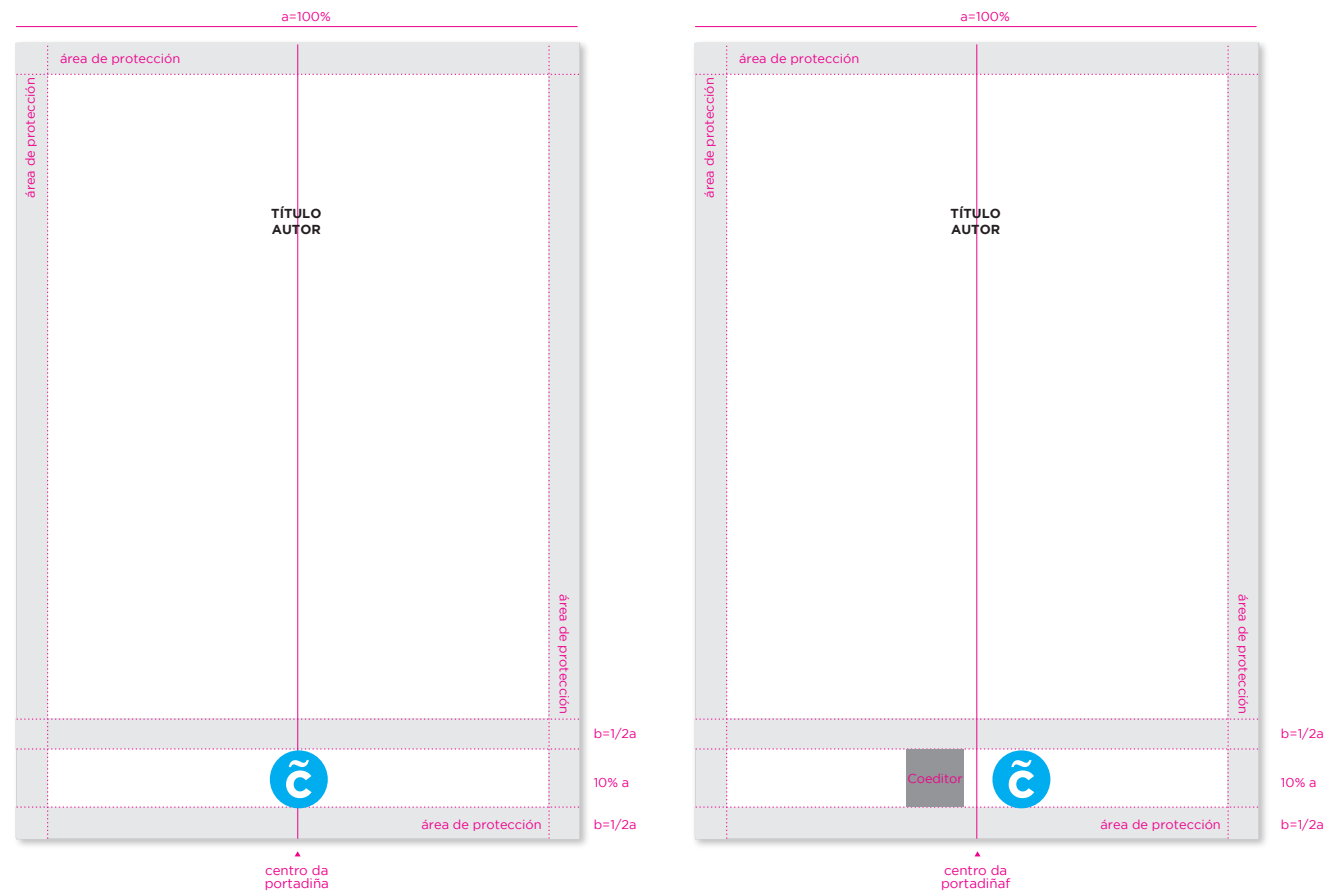


# 04. 5

## Publicacións

### 04. 5. 4 Portadiña

O tamaño que se propón é un exemplo de dimensións aproximadas. En todo caso, o símbolo do concello nunca debe ser inferior ao tamaño mínimo establecido neste manual.



# 04. 6

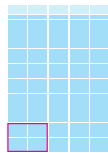
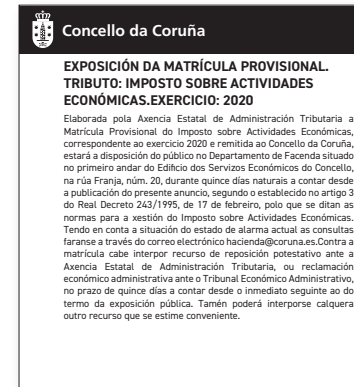
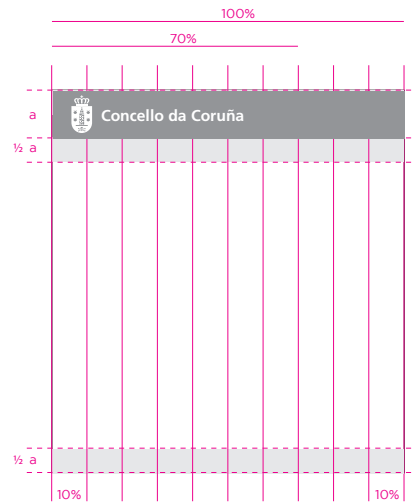
## Prensa

### 04. 6. 1 Bandos municipais

Tendo en conta que as dimensións dos módulos de cada medio é diferente, amosamos neste apartado varios exemplos nos que se establecen as normas para a correcta colocación da marca nalgúns dos formatos máis habituais da prensa local.

Para a distribución de elementos seguimos as mesmas normas de división do formato en 10 partes iguais.

Neste caso a marca debe ocupar un máximo do 70% do espazo.



Formato 2x2 módulos  
Reducción ao 50%

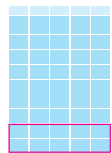
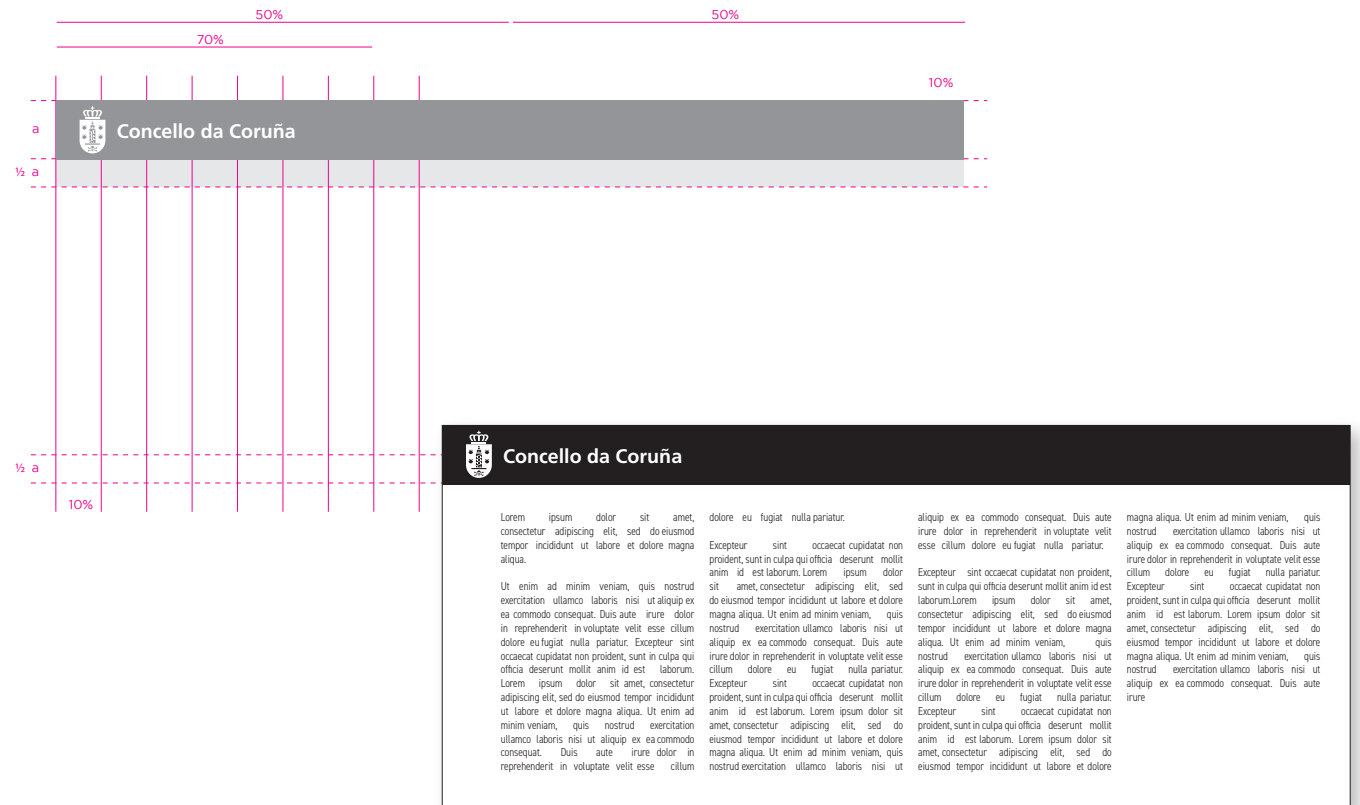


# 04. 6

## Prensa

### 04. 6. 2 Bandos municipales

Para formatos máis alongados, seguimos as mesmas normas de división en 10 partes iguais desde a metade, onde a marca debe ocupar un máximo do 70% do espazo.



Formato 5x2 módulos  
Reducción ao 50%